

## INDICE

Prefazione, <i>di Roberto Cafferata</i>	p. 9
Premessa. Creatività tra innovazione e territorio, <i>di Luciano Pilotti</i>	13
Introduzione. Natura della creatività e processi innovativi tra soggettività pluridimensionali ed ecosistemi, <i>di Luciano Pilotti</i>	27
PARTE PRIMA: MODELLI, CONCETTI E PROSPETTIVE TEORICHE	
Il modello della «capacità creativa della cultura». Principali aspetti teorici, <i>di Luciana Lazzeretti</i>	115
Creatività e innovazione nel paradigma evolutivo delle reti sociali, <i>di Fiorenza Belussi</i>	137
La pluralità dei percorsi di innovazione delle PMI distrettuali. Il caso del <i>cluster</i> mecca- no-plastico del pordenonese, <i>di Guido Bor- toluzzi e Andrea Tracogna</i>	171
Innovazioni e sviluppo locale: gli ostacoli cultu- rali, <i>di Rossella Canestrino, Chiara Cannava- le e Francesco Calza</i>	197
L'innovazione creativa e il fenomeno dell' <i>exapta- tion</i> nell'organizzazione strategica delle im- prese, <i>di Gianluigi Guido, Giovanni Pino e Maria Irene Prete</i>	243

La creatività ecologico-evolutiva tra adattamento ed *exaptation* nelle *community OSS*, di *Andrea Ganzaroli e Luciano Pilotti* p. 267

PARTE SECONDA: ESPERIENZE, TERRITORI E NUOVI MODELLI DI BUSINESS

Network creativi e innovazione nelle aree metropolitane di Firenze e Parigi. I risultati di un'indagine empirica sui *project network*, di *Gaetano Aiello, Raffaele Donvito e Silvia Ranfagni* 309

Specializzazione e integrazione nei sistemi distributivi commerciali tra creatività e innovazione territoriale. Modelli a confronto, di *Maria Teresa Cuomo, Gerardo Metallo e Debora Tortora* 337

Creatività e innovazione nel turismo. Il ruolo degli eventi, di *Tonino Pencarelli, Mirella Migliaccio, Francesca Rivetti e Simone Splendiani* 367

Co-evoluzione tra impresa e destinazione turistica. L'esperienza innovativa dell'«albergo diffuso», di *Paola Paniccia, Antonio Minguzzi e Marco Valeri* 405

Creatività e coda lunga nel turismo. Le strategie di *bundling* e *unbundling*, di *Luciano Pilotti, Alessandra Tedeschi Toschi e Roberta Apa* 463

La dimensione territorio nella creazione e nello sviluppo di nuovi modelli di business sociale, di *Daniela Fiorentino, Gennaro Iasevoli e Laura Michelini* 503

PARTE TERZA: GOVERNANCE, AZIONE SOCIALE,  
STRATEGIE E POLICY

- Corporate governance, strategic management e creatività, di Rosario Faraci e Giovanni Battista Dagnino* p. 543
- Spazio sociale e segmentazione. Un approccio innovativo per la gestione della complessità, *di Angelo Di Gregorio, Fabio Sartori e Francesca Ceruti* 565
- La creatività tra design e marketing. Il ruolo dei contesti nazionali, *di Edoardo Sabbadin* 605
- Innovare l'offerta attraverso le caratteristiche estrinseche del prodotto. Il ruolo creativo del *country of origin*, *di Alberto Pastore, Francesco Ricotta e Angelo Giraldi* 629
- La generazione di una nuova nicchia tra innovazione e creatività in un settore tradizionale, *di Luca Ferrucci e Antonio Picciotti* 651
- La *banca virtuale* tra innovazione e creatività: applicazioni ed esperimenti di Web 2.0, *di Enrico Cotta Ramusino, Daniele Dalli e Alberto Onetti* 691
- Gli *spin-off* accademici nel Mezzogiorno. I processi di innovazione creativa d'impresa in aree deboli, *di Francesco Izzo, Marco Ferretti e Michele Simoni* 717
- Postfazione. Complessità e sistemi incompiuti: l'innovazione che nasce al confine tra ordine e disordine, *di Enzo Rullani* 763
- Riferimenti bibliografici 781